

Fachbereich 9 - Medienstudiengänge

Department 9 - Media Courses

Kommentar zur Lehrveranstaltung im SoSe 2021

Description of seminars

Veranstalter*in: Dr. Cornelia Driesen & Dr. Martin Holi

Lecturer:

Titel (dt.): PR für das „Digital Hub Industry“

Titel (engl.): PR for the “Digital Hub Industry”

Lehrsprache: deutsch

montags 8.15-11.30 Uhr – Seminar im Plenum + Einzelcoaching Termine in den Gruppen im Wechsel - Online-Seminar (2SWS)

Beschreibung:

Das Seminar „PR-Strategie für das Digital Hub Industry“ ist als Medienpraxis-Seminar konzipiert und zielt auf die direkte Anwendung von PR als Teilbereich der Unternehmenskommunikation. Im Mittelpunkt steht die Anwendung der Grundlagen für die Konzeption strategischer PR und deren operativer Durchführung für das „Digital Hub Industry“. Dabei wechseln sich Seminarstunden im Plenum und individuelle Einzelcoachingtermine mit den einzelnen Gruppen im Seminarzeitraum montags 8.15-11.30 Uhr ab.

Das „Digital Hub Industry“ soll mit der Grundsteinlegung im Jahr 2020 und der Gründung des Betreibervereins als Ideen-, Experimentier- und Kollaborationsraum mit industriellem Schwerpunkt nach außen sichtbar werden. Ziel des „Digital Hub Industry“ ist es, unterschiedliche Akteure aus etablierten Unternehmen, der Universität, Hochschulen und Start-Ups in Bremen miteinander zu verbinden und ihnen die Zusammenarbeit an digitalen Innovationen und neuen Geschäftsmodellen zu ermöglichen. Zur Infrastruktur des „Digital Hub Industry“ gehören Büroflächen, ein Veranstaltungszentrum, Innovationslabore und Coworking- und sogenannte Maker-Spaces im Technologiepark der Universität Bremen. Es ist auf interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft ausgerichtet und offen für kleine wie große Unternehmen, für Wissenschaftler und Praktiker. Gründungsmitglieder des „Digital Hub Industry“ sind die Universität Bremen, das Softwareunternehmen encoway GmbH, die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, die Senatorin für Wissenschaft und Häfen, die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, das Institut für Informationsmanagement Bremen GmbH (ifib) sowie der Branchenverband bremen digitalmedia.

Im Medienpraxisseminar wird eine PR-Strategie für das „Digital Hub Industry“ entwickelt. Dabei fungiert das „Digital Hub Industry“ als eine Art Dachmarke, wobei gleichzeitig die Kommunikation der einzelnen Stakeholder zu berücksichtigen bleibt. Im Zuge des Praxisseminars wird in Gruppen zunächst die Kommunikation der einzelnen Stakeholder analysiert, Handlungsempfehlungen für die Kommunikation der Stakeholder erarbeitet und präsentiert. Anschließend wird unter Berücksichtigung der Einzelergebnisse eine übergreifende PR-Strategie für das „Digital Hub Industry“ formuliert. Die Studienleistung umfasst neben der aktiven Beteiligung bei den Veranstaltungsterminen und an der Gruppenarbeit, die Präsentation der Ergebnisse und der PR-Strategie vor den Stakeholdern am 12. Juli 2021. Die Prüfungsleistung besteht darüber hinaus in der Zusammenstellung eines Databook für die Stakeholder bis zum 31. August 2021.

Literatur:

Besson, Nanette Aimée (2008). Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Verlag: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Strebinger, Andreas (2010). Markenarchitektur. Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke. 2. Auflage. Springer eBook Collection.

Baetzgen, Andreas & Tropp, Jörg (2013). Brand Content die Marke als Medienereignis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Esch, Franz-Rudolf (2018). Strategie und Technik der Markenführung. München: Verlag Franz Vahlen.